



CUADERNO DE TRABAJO

Módulo 3: Cadenas de Valor

Diplomado "Territorio, Actores y Estrategias del Desarrollo"

380.1

A367 Alemán, Miguel.

Cadenas de valor: cuaderno de trabajo módulo 3/
Miguel Alemán, Milagros Romero, Silvia Martínez.

– 1ª ed. – Managua: Nitlapan, 2012.

40 p. : il.

ISBN: 978-99964-0-162-6 (Obra Completa)

978-99964-0-165-7 (v.3)

1. CADENA DE VALOR 2. CADENA PRODUCTIVA
3. COMERCIO 4. INDICADORES DE DESARROLLO



Instituto de Investigación y Desarrollo (NITLAPAN)

www.nitlapan.org.ni

nitlapan@nitlapan.org.ni

secnitla@ns.uca.ni

Tel: 22 78 06 27-28 | Fax: 22 67 04 36

Managua, Nicaragua

CREDITOS

Autores:

Miguel Alemán

Milagros Romero

Silvia Martínez

Revisión:

Selmira Flores

Johan Bastiaensen

Edición y Diagramación:

Carmen Collado Solís

III Módulo: Cadenas de Valor

Diplomado “Territorio, Actores y Estrategias de Desarrollo”

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	6
Objetivos del módulo	7
Habilidades que desarrollan los y las estudiantes	7
I. Introduciendo conceptos básicos del enfoque de cadenas	8
Diferencias entre Cadena de valor y Cadena Productiva	9
II. Mapeando las cadenas	11
EJERCICIO 1: Mapeando las cadenas de dos productos importantes	11
Materiales Requeridos:	11
Objetivos:	11
Orientaciones para el ejercicio:	11
Paso 1: Establecer el tipo de cadena-producto que estamos analizando	12
Paso 2: Identificar eslabones/ Fases	13
Paso 3: Identificar Actores directos e indirectos	13
Paso 4: Símbolos para indicar los flujos del producto	14
Paso 5: Plasmar volúmenes que se mueven por los diferentes canales	15
Recapitulación:	15
III. Valorando las cadenas más interesantes para el desarrollo del Territorio	16
EJERCICIO 2: Valorando la relevancia de las cadenas para el territorio	16
Objetivos:	16
Materiales Requeridos:	16
Orientaciones para la realización del ejercicio:	16
Los indicadores en el componente SOCIAL: Su peso y significado de indicadores	17
Los indicadores en el componente ECONÓMICO: Su peso y significado de indicadores	18
Los indicadores en el componente PARTICIPACIÓN DE ACTORES: Su peso y significado de indicadores	20
Los indicadores en el componente AMBIENTAL: Su peso y significado de indicadores	22
Recapitulación	25
IV. Barreras de entrada a las cadenas de valor	25
EJERCICIO 3: Caracterizando la participación de los grupos sociales en las cadenas en el micro-territorio	27

Materiales Requeridos:.....	27
Objetivos:.....	27
Orientaciones para el ejercicio:.....	27
EJERCICIO 4: Razonando los bloqueos para participar en las cadenas en el micro-territorio-	
Analizando el eslabón de producción	31
Materiales Requeridos:.....	31
Objetivos:.....	31
Orientaciones para la realización del ejercicio:	31
EJERCICIO 5: Razonando los bloqueos para participar en las cadenas en el micro-territorio:	
Analizando el eslabón de acopio/transformación	36
Materiales Requeridos:.....	36
Objetivos:.....	36
Orientaciones para el ejercicio:.....	36
Recapitulación.....	39

INTRODUCCIÓN

En el módulo II analizamos las estrategias de vida de las familias rurales y nos concentramos en **entender las estrategias económicas** que éstas implementan para alcanzar sus *objetivos*, a ello le llamamos **racionalidad económica**, es decir, cuando las familias deciden qué actividades económicas emprender (agropecuarias y no agropecuarias), cómo hacerlo (tecnología), cuándo y dónde vender lo que producen (mercados), esas decisiones tienen una *racionalidad* que está orientada por los objetivos que se proponen (de manera explícita o implícita).

Hablando específicamente de las actividades agropecuarias, en el módulo anterior analizamos que estas actividades están condicionadas en gran medida por los recursos con que cuenta la familia (trabajo, capital, plantaciones, ganado)¹, la tecnología disponible y también **las opciones de mercado** con que cuentan. Es sobre este último punto, los *mercados de productos agropecuarios*, que vamos a razonar y debatir en este módulo III.

Para ello, vamos a auxiliarnos del enfoque de **Cadena de Valor**, para poder describir y caracterizar esos mercados de productos, identificando el tejido social que los sustenta, así como las principales oportunidades, restricciones y bloqueos que enfrentan los actores que participan, con el fin de razonar mejor nuestras acciones y generar procesos que amplíen las oportunidades para todos los actores, especialmente para las familias más pobres.

Empezaremos introduciendo algunos conceptos básicos del enfoque de Cadena de valor y presentaremos instrumentos para mapear la cadena e identificar las barreras de acceso a éstas.

¹Recuerde del módulo II sobre estrategias de vida los 5 tipos principales de capitales.

Objetivos del módulo

- Realizar un primer esbozo o mapeo de las principales cadenas de productos agropecuarios del (micro) territorio.
- Reflexionar sobre las principales restricciones de entrada a las cadenas (socio-económicas y tecnológicas) y los bloqueos de escalamiento a lo interno de las cadenas.
- Analizar diferentes cadenas (participación de actores, coordinación, distribución del valor agregado) y reflexionar sobre los aportes al desarrollo local del territorio.

Habilidades que desarrollan los y las estudiantes

- Dominan concepto y herramientas básicas para el análisis de cadena de valor.
- Son capaces de mapear una cadena de producto/valor en sus diferentes eslabones (servicios, producción, procesamiento, comercialización y distribución).
- Son capaces de identificar diferentes actores en la cadena, sus relaciones y sus principales bloqueos.
- Son capaces de identificar criterios sociales y económicos claves para analizar y evaluar cadenas, desde el punto de vista del interés del desarrollo del territorio.

I. Introduciendo conceptos básicos del enfoque de cadenas

El mercado es el **espacio de encuentro** entre oferentes (productores, intermediarios locales, etc.) y demandantes (consumidores) en torno a uno o más productos y/o servicios. Este intercambio puede darse en *circuitos sociales cercanos* (como el trueque o la mediería), en *mercados locales* (puertos de montaña, mercados municipales), o bien puede darse a través de *mercados interconectados* en el espacio nacional o internacional.

Cuando hablamos de mercado es muy importante imaginarnos toda **la ruta que recorre un producto** desde que se negocia en un mercado local hasta la mesa de un consumidor dentro o fuera del país. También hay que imaginarnos todas las transformaciones a la que puede ser sometido ese producto en todo ese recorrido, así como las demandas diferenciadas existentes en el mercado; dados los tipos de consumidores con exigencias muy diferentes. Esto último, hoy en día tiene efectos muy importantes sobre las características de los productos que se demandan en los mercados; transformando la manera de producir.

Por ello actualmente se habla de cadenas. “Una **cadena de valor** es, entonces, un **conjunto interactivo de actores económicos, articulados** en diversos **procesos productivos** desde la provisión de materias primas, transformación y comercialización, basados en la demanda del mercado consumidor”.

Por tanto, cuando hablamos de mercado y de cadena de valor, tenemos que tomar en cuenta que estamos hablando de un **tejido social complejo** que va más allá del territorio e incluso más allá de las fronteras del país. En este módulo vamos a hacer énfasis a en esta *dimensión social* del mercado, en el sentido que el mercado es un tejido social vivo, donde hay una gran cantidad de actores cumpliendo con funciones diferentes y están interconectados. Además, como un tejido social vivo, el mercado es dinámico y cambiante.

Las oportunidades de intercambio que ofrecen los diferentes mercados, **condicionan** las estrategias de vida de las familias en dos sentidos. Primero, porque esas oportunidades *pueden ampliar o estrechar* las posibilidades de obtener los bienes y servicios necesarios para producir y, segundo, porque *pueden mejorar sustancialmente los precios de venta* de los productos agropecuarios que las familias producen o bien los puede empeorar.

Diferencias entre Cadena de valor y Cadena Productiva

En términos generales, los diferentes actores económicos en el territorio pueden participar en dos grandes tipos de mercados. Uno, donde los productos agropecuarios no tienen muchas exigencias y requisitos para cumplir con una calidad o característica determinada. En estos mercados la coordinación se realiza posterior a la cosecha, es decir, no hay acuerdos previos claramente definidos para la siembra, manejo del cultivo, cosecha y post cosecha. Los precios se definen por el juego de la demanda y la oferta en el momento y en el sitio donde se da el intercambio.

No obstante, en el *contexto actual* se puede observar en los mercados internacionales y, en alguna medida en los nacionales, una **demanda creciente** de *productos con características especiales*. Esta nueva realidad o tendencia da a los actores económicos la posibilidad de participar en mercados más exigentes y dinámicos que ofrecen oportunidades para establecer relaciones más duraderas y mejores precios. Los productos orgánicos, “especiales”, reciclados, amigables con el ambiente, entre otros, son algunos ejemplos.

En estos mercados las exigencias alrededor de las características del producto son más altas y los actores involucrados se ven obligados a desarrollar **redes más estables**, así como más **coordinación** y **vínculos** más fuertes y/o cooperativos desde el inicio. También exige un mayor nivel de negociación o **concertación** en todas las fases de la cadena. Pero también requiere **cambios técnicos** importantes a nivel de la producción. Estos mercados por lo general son impulsados y controlados por pocos y grandes actores que dominan la transformación y la comercialización, y por lo general, están ligados con el gran capital nacional o internacional.

A continuación se comparan ambos tipos de cadenas:

Diferencias entre una cadena de VALOR y una cadena PRODUCTIVA

Características de una Cadena de Valor	Características de una cadena Productiva
Transacciones “conexas” entre los actores a través de la coordinación de actividades en las diferentes fases de la cadena.	Vínculos débiles en las transacciones entre actores. No hay articulación para desarrollar actividades en las diferentes fases de la cadena.
En la medida que el producto debe cumplir con ciertas características especiales y diferenciadas de los otros productos similares, el proceso de transformación, sea primaria (a nivel de finca) y/o industrial, al producto se le agregan más valor .	Dado que los productos requieren menos exigencias de calidad y de características especiales, la transformación del producto es menor y en el proceso de transformación se agrega menos valor .
Hay un actor o grupo de actores ejerciendo “Gobierno”² en la cadena, promoviendo la cooperación/ asociatividad entre actores.	No hay actores ejerciendo gobierno en la cadena. No se promueve la cooperación/asociatividad.
Quien ejerce el Gobierno en la cadena, de manera directa o a través de alianzas, promueve cambio tecnológico en los otros eslabones de la cadena para garantizar ciertas características del producto.	No hay un actor que ejerza gobierno para que los otros actores escalen , sea hacia otras actividades o eslabones dentro de la cadena.
Las negociaciones entre los productores y los otros actores de la cadena se basan en el precio y otros servicios de apoyo (financiamiento, asistencia técnica, etc.).	Las negociaciones entre productores y los otros actores de la cadena están basadas únicamente en los precios .
Los productores se encuentran con diferentes barreras para acceder a estas cadenas.	Los productores acceden con relativa facilidad a estos mercados.

Fuente: Elaboración Propia.

²“Ejercer gobierno no es solo coordinar, tampoco captar la mayor renta. El gobierno de una cadena es aquella que identifica a las empresas y a los actores claves en y fuera de la cadena y toma responsabilidad de ayudarlos a escalar, para mejorar la competitividad de la cadena”. (Mendoza, René. S/f).

II. Mapeando las cadenas

El **mapa de la cadena** es una *herramienta* que nos permite tener una idea general del **flujo de los procesos** que se dan en la **transformación** de un producto³, así también nos permite presentar a los actores que participan y las relaciones que se dan entre ellos en torno a la ruta que sigue un producto hasta llegar al consumidor final.

Permite ver, de manera general, **la integración de los actores**, tanto hacia atrás como hacia adelante en las diferentes fases o etapas de la cadena. En la medida de lo posible, nos permite conocer estimaciones de costos y precios, y también nos da una idea de la generación y la distribución entre los actores del valor agregado en la cadena.

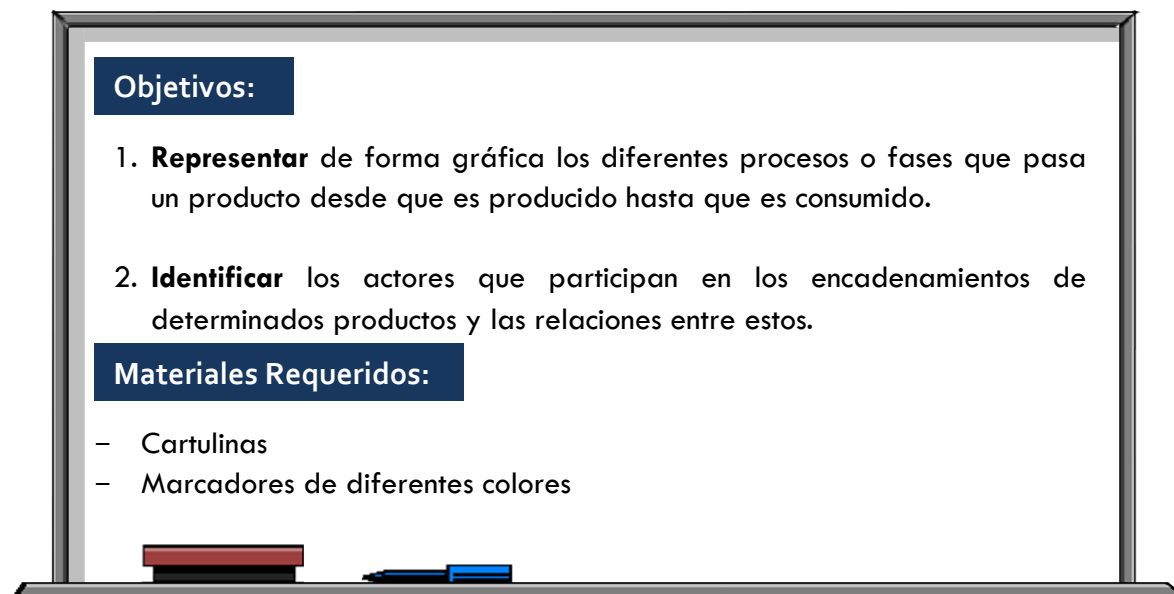
EJERCICIO 1: Mapeando las cadenas de dos productos importantes

Objetivos:

1. **Representar** de forma gráfica los diferentes procesos o fases que pasa un producto desde que es producido hasta que es consumido.
2. **Identificar** los actores que participan en los encadenamientos de determinados productos y las relaciones entre estos.

Materiales Requeridos:

- Cartulinas
- Marcadores de diferentes colores



Orientaciones para el ejercicio:

Este ejercicio consiste en la elaboración del mapa de la cadena de 2 productos que considere importantes en su territorio, siguiendo los siguientes 5 pasos que se abordarán a continuación.

³Por ejemplo: proceso de provisión de insumos, producción, transformación/procesamiento, etc.

Paso 1: Establecer el tipo de cadena-producto que estamos analizando

El primer paso para el mapeo de la cadena es establecer el tipo de cadena que se analizará, esta puede ser:



Desde la perspectiva de un análisis de cadena de valor, un mismo producto, puede **participar de una o varias cadenas** según las diferencias en el encadenamiento entre las etapas/fases y los actores involucrados en el proceso de llevarlo del productor al consumidor final (o hasta el basurero). Independientemente del nombre que se le asigne a la cadena, mínimamente tienen que aparecer reflejados el tipo del producto y el destino final del mismo.

Desde la perspectiva de un territorio concreto, la clasificación de las cadenas se hace de acuerdo a la **pertinencia actual** (y quizás también potencial) de las diferentes rutas de salida de un producto local. Generalmente, las cadenas se distinguen tomando en cuenta el *mercado final del producto* (p. ej. mercado nacional tradicional, supermercados nacionales, mercados de exportación, etc.) y las características del producto (orgánico o convencional, producto primario o procesado, productos “tradicionales” o “gourmet”, etc.).

A veces, puede ser necesario hacer otras **distinciones más finas** según la especificidad de cada caso: p.ej. mercado de exportación centroamericano/venezolano/ EEUU/Europeo; cadena de cacao nacional; cadena de cacao orgánico de exportación; cadena de leche fría-procesada; Cadena del queso de exportación, Cadena del queso nacional; etc. La idea es tener un mapa de las rutas concretas en términos de etapas/actores que mueven el producto del territorio hacia el consumidor final, permitiendo de esta manera que adquiera su valor en estos mercados concretos.

Paso 2: Identificar eslabones/ Fases

Una vez establecido el tipo de cadena, procedemos a **identificar los eslabones/ fases** de la cadena, es decir **el proceso** por el que pasa el producto partiendo de los insumos que se necesitan para producirlo, como Servicios, Producción, Acopio, Comercialización, Procesamiento etc. Ejemplo:



Estos eslabones **varían según el producto** que se esté analizando, por lo tanto no hay que asumir los eslabones mostrados en el ejemplo como un esquema para todas las cadenas.

Paso 3: Identificar Actores directos e indirectos

En este paso identificamos los **actores directos e indirectos** que participan en cada eslabón o en diferentes eslabones. Recuerde que los actores *pueden ser personas naturales o jurídicas*. Por ejemplo, individuos particulares, empresas constituidas como sociedades anónimas o cooperativas.

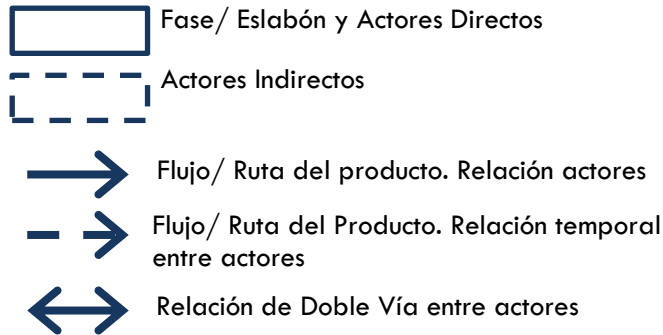
Los actores *directos*, son actores que **son dueños del producto en algún momento dado**. Mientras los actores *indirectos*, son quienes **prestan servicios de apoyo a los actores directos** (Asistencia técnica, Capacitación, financiamiento/ crédito, transporte, etc.). Ejemplo:



La diferencia entre estos tipos de actores en el mapa se refleja a través de diferentes simbologías que se explicara en el paso 4.

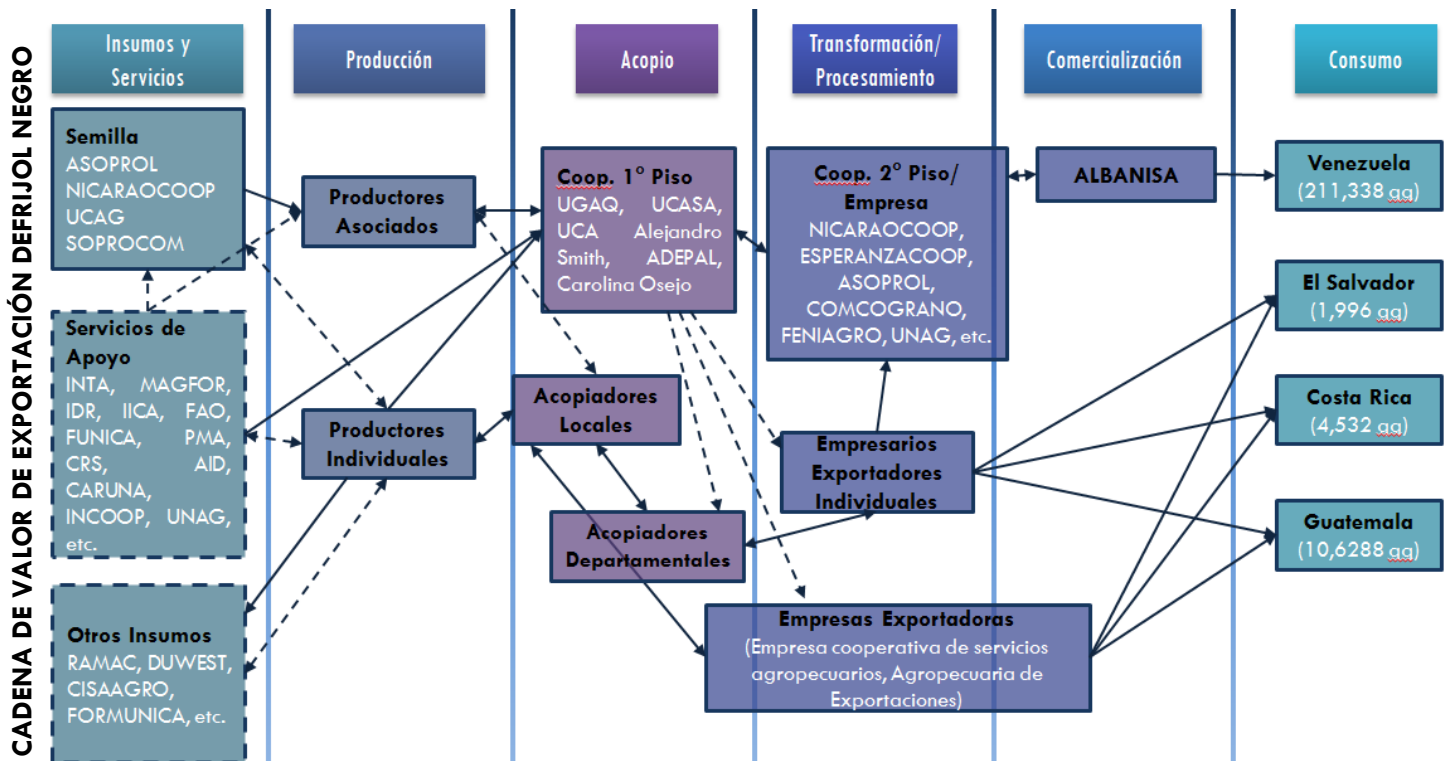
Paso 4: Símbolos para indicar los flujos del producto

En este paso dibujamos la ruta o **el flujo del producto** utilizando la simbología. En este punto hay que tener presente el tipo de relación de los actores para poner flecha de flujo.



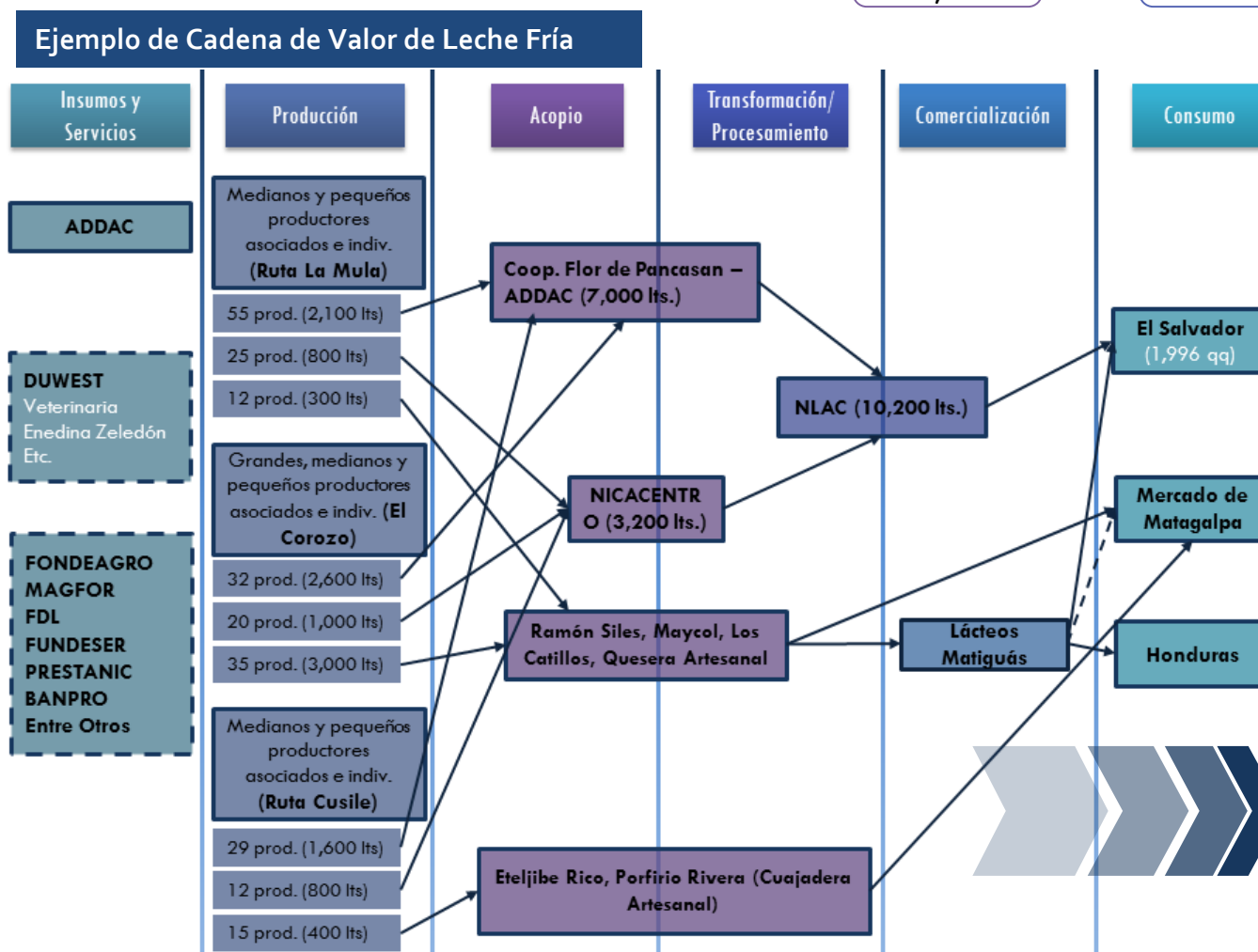
En cada uno de los procesos es conveniente *explicitar quiénes participan* y explicar **qué ocurre entre los actores**, qué **negociaciones** se dan entre ellos y qué factores o condiciones determinan dichas negociaciones, qué acuerdos (implícitos o explícitos) hay y los mecanismos para llegar a esos acuerdos.

Los flujos del producto se pueden dibujar de manera vertical y de manera horizontal; sin embargo, resulta más fácil la lectura cuando se dibujan de manera horizontal, ya que además de diferenciar bien en qué proceso(s) está participando cada actor, también se pueden **comparar varias cadenas** según el destino del producto o bien según las especificaciones del mismo. Ejemplo:



Paso 5: Plasmar volúmenes que se mueven por los diferentes canales

En este paso se debe indicar los volúmenes de productos que se mueven por cada cadena para indicarnos la importancia que tienen. Las unidades de medida deben especificarse claramente:



Recapitulación:

Con la elaboración del mapa de la cadena de estos dos productos se podrá **visualizar** de mejor manera la **ruta que siguen los productos** desde que son elaborados por las familias del territorio hasta que llegan a su destino final.

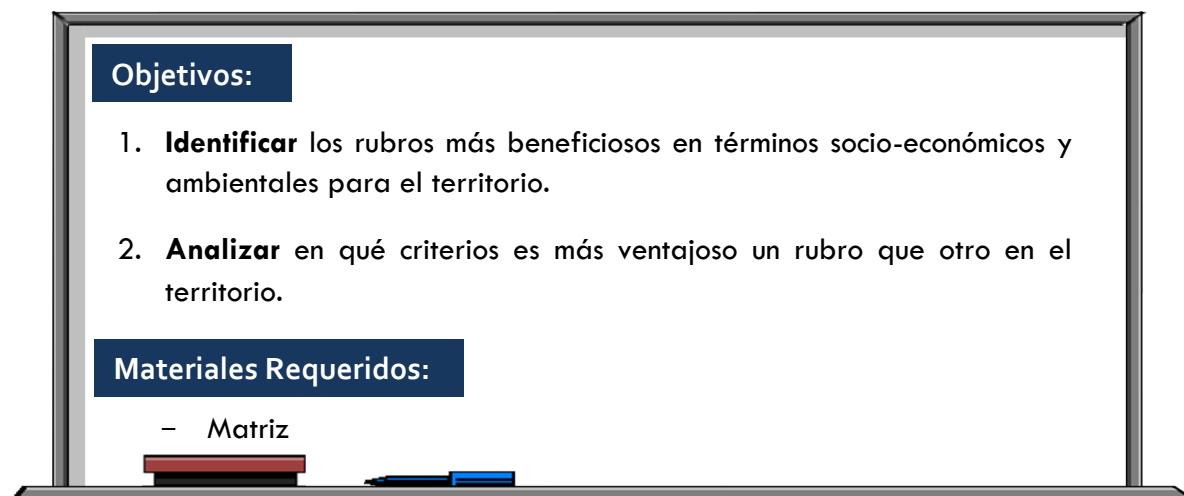
La identificación de los actores nos servirá de insumos para trabajar las barreras que tienen estos en las cadenas en las que participan lo cual se abordará en los ejercicios 3,4 y 5 del presente cuaderno de trabajo.

III. Valorando las cadenas más interesantes para el desarrollo del Territorio

Del punto de vista del desarrollo del territorio es muy importante valorar las cadenas (productivas y de valor) más interesantes, tomando en cuenta varios criterios de desarrollo:

- **Participación de sectores vulnerables** o excluidos (pobres, mujeres, jóvenes) y las posibilidades de ampliar su participación.
- **La importancia económica actual o futura** del producto relacionado con la cadena en términos de empleo, generación de valor, etc.
- **El potencial de desarrollar la cadena** en términos sociales, de mercado, etc.
- **Impacto del desarrollo de la cadena** sobre los recursos naturales y el medio ambiente.

EJERCICIO 2: Valorando la relevancia de las cadenas para el territorio



Objetivos:

1. **Identificar** los rubros más beneficiosos en términos socio-económicos y ambientales para el territorio.
2. **Analizar** en qué criterios es más ventajoso un rubro que otro en el territorio.

Materiales Requeridos:

- Matriz

Orientaciones para la realización del ejercicio:

En la matriz para este ejercicio hemos propuesto cuatro componentes para **valorar** la relevancia o **importancia de las cadenas**. Estos componentes son: Social, económico, participación de actores institucionales y ambiental.

Así mismo, los componentes lo hemos dividido en **criterios**. A cada componente le hemos dado un **peso determinado** para la evaluación. El peso que le demos a cada criterio puede **variar según nuestro enfoque** y prioridades. En la siguiente tabla encontramos el peso dado a cada componente y como se distribuye entre cada uno de sus criterios.

Componente	Peso %	Criterio	%
Social	25	Participación pobres/vulnerables	25
Económico	40	Generación de empleo	10
		Sostenibilidad económica	10
		Ingreso generado total	8
		Acceso a mercado	5
		Riesgo	7
Participación de actores	15	Actores ofreciendo servicios	7
		ONG's-Gobierno LyN	8
Ambiental	20	Impacto ambiental	20
Total	100		100

Por ejemplo, el componente económico tiene cinco "Criterios" distintos de evaluación mientras que el componente de participación de actores institucionales lo componen 2 criterios.

Así mismo, por cada criterio hemos definido indicadores para evaluarlos, y a cada indicador le hemos dado un peso. Como ya hemos mencionado, en una discusión colectiva podríamos definir otros pesos a los componente, criterios y a los indicadores, **todo depende de las prioridades y de los enfoques**. En todo caso, hay que ponerse de acuerdo primero en el sistema de evaluación antes de hacer la evaluación. A continuación abordaremos los indicadores de cada uno de los componentes.

Los indicadores en el componente SOCIAL: Su peso y significado de indicadores

Componente	Criterios	Indicadores	Peso del componente	Peso del Criterio	Peso del indicador
Social	Participación de grupos (EXCLUIDOS) vulnerable en la cadena	Participación de mujeres	25%	25%	2.5%
		Posibilidad de incluir más mujeres			7.5%
		Participación de sectores vulnerables			5.0%
		Posibilidad incluir a vulnerables			5.0%
		Participación de jóvenes			5.0%

Componente Social	Participación de mujeres	Peso de Actividades de Mujeres en la cadena
	Posibilidad de incluir a más mujeres	Posibilidad de aumentar la participación de las mujeres en la cadena.
	Participación de sectores vulnerables	Peso de Participación de grupos más pobres, mujeres y jóvenes
	Participación de Jóvenes	Peso de jóvenes en actividades en la cadena

Los indicadores en el componente ECONÓMICO: Su peso y significado de indicadores

Componente	Criterios	Indicadores	Peso del componente	Peso del Criterio	Peso del indicador
Económico	Generación de empleo (cantidad de personas, familias o empresas participando)	En la producción (familias/empresas)	40%	10%	5.0%
		En el acopio			2.0%
		En el procesamiento			2.0%
		En la comercialización (cantidad de actores participando)			1.0%
	Sostenibilidad económica	Rentabilidad actual		10%	1.0%
		Perspectiva de precios			3.0%
		Perspectiva de crecimiento de la demanda externa del producto			2.0%
		Posibilidad de incrementar la producción rápidamente			2.0%
		Actores interesados en apoyar el fortalecimiento de la actividad			2.0%
	Ingreso generado total	Volumen producido		8%	2.0%
		Valor monetario generado (local)			3.0%
		Periodicidad del ingreso (anual, semestral, diaria)			3.0%
	Acceso a mercado	Acceso a caminos		5%	2.5%
		Demanda a mediano plazo			2.5%
	Riesgo	Bajo riesgo climático		7%	2.0%
		Cantidad Compradores			1.0%
		Relación con compradores			1.0%
		Capacidad para alcanzar calidad			1.0%
		Estabilidad de precios			2.0%

Componente Económico	En la producción (familias/empresas):	Se refiere a la cantidad empleo que genera en el municipio el proceso de producción
	En el acopio:	Refiere a la cantidad de empleo que genera en el municipio el ámbito del acopio
	En el Procesamiento:	Se refiere a la cantidad de empleo que se genera en el municipio
	En la comercialización (# de actores):	Refiere a la cantidad de empleos involucrados a nivel municipal en esta actividad
	Rentabilidad Actual:	Se refiere a la rentabilidad financiera actual (ingreso bruto vs. costos)
	Perspectiva de Precios	Refiere a cómo se perciben los precios a mediano plazo
	Posibilidad de incrementar la producción rápidamente	Se refiere a la oportunidad de aumentar la producción en un corto plazo, sin necesitar gran esfuerzo económico y social
	Actores interesados en apoyar el fortalecimiento de la actividad	Cantidad de actores dispuestos a apoyar para mejorar la producción de un bien.
	Volumen Producido	Cantidad producida por ese bien en el territorio
	Valor monetario generado (local)	Valor monetario (precio x cantidad) generado por ese bien o producto en el territorio
	Periodicidad del ingreso	Refiere a si este ingreso generado está concentrado en algunos meses o es regular en el año
	Acceso a Caminos	Si existe un adecuado desarrollo de la red vial que facilite la producción, acopio y comercialización

Componente Económico	Demanda a mediano plazo:	Se refiere a que si el producto tiene una demanda importante a mediano plazo.
	Bajo riesgo climático:	Se refiere a que la producción de ese producto es relativamente resistente a los cambios de clima.
	Cantidad Compradores:	Si existe una demanda importante de actores que demandan ese producto, sean pequeños, mediano o grandes empresas.
	Relación con compradores:	Si las relaciones con los compradores son en buenos términos, si existe suficiente competencia que genere un clima de intercambio favorable.
	Capacidad para alcanzar calidad:	Si los productores pueden con relativa facilidad producir un producto con las características que demanda el mercado.
	Estabilidad de precios:	Se refiere a que si los precios de ese producto no tienen grandes fluctuaciones en el año o entre años.

Los indicadores en el componente PARTICIPACIÓN DE ACTORES: Su peso y significado de indicadores

Componente	Criterios	Indicadores	Peso del componente	Peso del Criterio	Peso del Indicador
Participación de actores	Cantidad de actores ofreciendo o participando en la provisión de servicios	De insumos	15%	7%	1.0%
		Asistencia Técnica			1.0%
		Financiamiento			4.0%
		Transporte			1.0%
	Presencia de actores institucionales	De organizaciones campesinas		8%	3.0%
		De empresas privadas de servicios			2.0%
		De ONG's			1.0%
		De Gobierno local			1.0%
		De Gobierno nacional			1.0%

Componente Participación de Actores	Cantidad de actores en la provisión de insumos:	No. de individuos, empresas pequeñas, medianas o grandes (privada, cooperativas o del Estado) que ofrecen venta de insumos para la producción o el procesamiento.
	Cantidad de actores en la provisión de Asistencia técnica:	No. de individuos, empresas pequeñas, medianas o grandes (privada, cooperativas o del Estado) que ofrecen asistencia técnica o capacitación para la producción o el procesamiento.
	Cantidad de actores en la provisión de financiamiento:	No. de instituciones reguladas o no que ofrecen servicios financieros, y otras fuentes como: prestamistas, cooperativas, sistemas de financiamiento tradicionales, (mediería).
	Cantidad de actores en la provisión de servicios de transporte motorizado o de otro tipo de tracción:	No de individuos, empresas pequeñas, medianas o grandes (privada, cooperativas o del Estado) que ofrecen servicios de transporte.
	Actores institucionales de empresas privadas de servicios:	Refiere a empresas privadas institucionales que ofrezcan diversos tipos de servicios.
	Actores institucionales de ONG's:	Hace referencia a empresas privadas institucionales que ofrezcan diversos tipos de servicios.
	De Gobierno local:	Se refiere a instituciones del gobierno local que ofrezcan diversos tipos de servicios.
	De Gobierno nacional:	Hace referencia a instituciones del Estado central que ofrezcan diversos tipos de servicios.

Los indicadores en el componente AMBIENTAL: Su peso y significado de indicadores

Componente	Criterios	Indicadores	Peso del componente	Peso del Criterio	Peso de indicador
Ambiental	Impacto ambiental	Protección de fuentes de agua	20%	20%	5.0%
		Mejora disponibilidad de agua			5.0%
		Aumenta bosque/ forestal			5.0%
		Mejora calidad de suelos			5.0%

Componente Ambiental	Protección de fuentes de agua:	Si las actividades económicas tienen un impacto positivo o al menos no afectan el sistema de producción de agua. Ej: la producción cafetalera y/o cacaotera por su cobertura forestal no afecta el sistema de producción de agua.
	Mejora disponibilidad de agua:	Se refiere a si las prácticas productivas y actividades económicas ligada a la cadena mejora la disponibilidad de agua.
	Aumenta bosque/ forestal	Este indicador pretende identificar si el desarrollo de la actividad aumenta el área de bosque o especies forestales.
	Mejora calidad de suelos:	Se refiere a si las prácticas productivas y actividades económicas ligada a la cadena mejora reproduce la fertilidad de los suelos.

En la página siguiente se muestra la matriz final, que incorpora todos los componentes con sus respectivos criterios e indicadores.

Matriz 1: Valoración de la importancia de las Cadenas para el territorio

Componente	Criterios	Indicadores	Peso del Componente	Peso del Criterio	Peso de indicador
Social	Participación de grupos (EXCLUIDOS) vulnerable en la cadena	Participación de mujeres	25%	25%	2.50%
		Posibilidad de incluir más mujeres			7.50%
		Participación de sectores vulnerables			5.00%
		Posibilidad incluir a vulnerables			5.00%
		Participación de jóvenes			5.00%
Económico	Generación de empleo (cantidad de personas, familias o empresas participando)	En la producción (familias/empresas)	40%	10%	5.00%
		En el acopio			2.00%
		En el procesamiento			2.00%
		En la comercialización (cantidad de actores participando)			1.00%
	Sostenibilidad económica	Rentabilidad actual		10%	1.00%
		Perspectiva de precios			3.00%
		Perspectiva de crecimiento de la demanda externa del producto			2.00%
		Posibilidad de incrementar la producción rápidamente			2.00%
		Actores interesados en apoyar el fortalecimiento de la actividad			2.00%
		Volumen producido		8%	2.00%
		Valor monetario generado (local)			3.00%
	Ingreso generado total	Periodicidad del ingreso (anual, semestral, diaria)			3.00%
		Acceso a caminos		5%	2.50%
		Demanda a mediano plazo			2.50%
	Riesgo	Bajo riesgo climático		7%	2.00%
		Cantidad Compradores			1.00%
		Relación con compradores			1.00%
		Capacidad para alcanzar calidad			1.00%
		Estabilidad de precios			2.00%
Participación de actores	Cantidad de actores ofreciendo o participando en la provisión de servicios	De insumos	15%	7%	1.00%
		Asistencia Técnica			1.00%
		Financiamiento			4.00%
		Transporte			1.00%
	Presencia de actores institucionales	De organizaciones campesinas		8%	3.00%
		De empresas privadas de servicios			2.00%
		De ONG's			1.00%
		De Gobierno local			1.00%
		De Gobierno nacional			1.00%
	Impacto Ambiental	Protección de fuentes de agua	20%	20%	5.00%
		Mejora disponibilidad de agua			5.00%
		Aumenta bosque / forestal			5.00%
		Mejora calidad de suelos			5.00%

Así entonces la matriz de valoración de las cadenas está diseñada para *valorar del 1 al 10 cada uno de los indicadores*. El grupo debe discutir cada indicador y **consensuar una puntuación final**. El Numero 10 indica el cumplimiento total de este indicador, mientras que el uno es la ausencia de este indicador.

Ejemplo:

Componente	Criterios	Indicadores	Peso del componente	Peso del Criterio	Peso de indicadores	Valoración 1 al 10	Puntaje	Valoración 1 al 10	Puntaje	Valoración 1 al 10	Puntaje	Valoración 1 al 10	Puntaje
						FRIJOL		CAFÉ		CACAO		MAIZ	
Social	Participación de grupos (EXCLUIDOS) vulnerable en la cadena	Participación de mujeres	25%	25%	2.5%	6	0.15	9	0.225	8	0.2		0
		Posibilidad de incluir mas mujeres			7.5%	5	0.375	9	0.675	8	0.6		0
		Participación de sectores vulnerables			5.0%	8	0.4	10	0.5	5	0.25		0
		Posibilidad incluir a vulnerables			5.0%	8	0.4	10	0.5	8	0.4		0
		Participación de jóvenes			5.0%	8	0.4	8	0.4	6	0.3		0
Económicos	Generación de empleo (cantidad de personas, familias o empresas participando)	En la producción (familias/empresas)	40%	10%	5.0%	8	0.4	7	0.35	8	0.4		0
		En el acopio			2.0%	2	0.04	8	0.16	8	0.16		0
		En el procesamiento			2.0%	2	0.04	8	0.16	9	0.18		0
		En la comercialización (cantidad de actores participando)			1.0%	1	0.01	6	0.06	5	0.05		0
	Sostenibilidad económica	Rentabilidad actual		10%	1.0%	5	0.05	8	0.08	9	0.09		0
		Perspectiva de precios			3.0%	8	0.24	7	0.21	10	0.3		0
		Perspectiva de crecimiento de la demanda externa del producto			2.0%	8	0.16	9	0.18	10	0.2		0
		Posibilidad de incrementar la producción rápidamente			2.0%	5	0.1	6	0.12	9	0.18		0
		Actores interesados en apoyar el fortalecimiento de la actividad			2.0%	5	0.1	2	0.04	9	0.18		0
	Ingreso generado total	Volumen producido		8%	2.0%	5	0.1	6	0.12	7	0.14		0
		Valor monetario generado (local)			3.0%	7	0.21	6	0.18	8	0.24		0
		Periodicidad del ingreso (anual, semestral, diaria)			3.0%	4	0.12	5	0.15	9	0.27		0
	Acceso a mercado	Acceso a caminos		5%	2.5%	4	0.1	7	0.175	4	0.1		0
		Demanda a mediano plazo			2.5%	10	0.25	8	0.2	9	0.225		0
	Riesgo	Bajo riesgo climático		7%	2.0%	3	0.06	8	0.16	8	0.16		0
		Cantidad Compradores			1.0%	8	0.08	9	0.09	9	0.09		0
		Relación con compradores			1.0%	5	0.05	9	0.09	7	0.07		0
		Capacidad para alcanzar calidad			1.0%	4	0.04	7	0.07	5	0.05		0
		Estabilidad de precios			2.0%	3	0.06	7	0.14	8	0.16		0
Participación de actores	Cantidad de actores ofreciendo o participando en la provisión de servivios	De insumos	15%	7%	1.0%	8	0.08	8	0.08	5	0.05		0
		Asistencia Técnica			1.0%	3	0.03	8	0.08	4	0.04		0
		Financiamiento			4.0%	3	0.12	8	0.32	7	0.28		0
		Transporte			1.0%	8	0.08	7	0.07	8	0.08		0
	Presencia de actores institucionales	De organizaciones campesinas		8%	3.0%	3	0.09	4	0.12	5	0.15		0
		De empresas privadas de servicios			2.0%	2	0.04	8	0.16	1	0.02		0
		De ONGs			1.0%	4	0.04	3	0.03	2	0.02		0
		De Gobierno local			1.0%	3	0.03	0	0	0	0		0
		De Gonierno nacional			1.0%	3	0.03	0	0	0	0		0
Ambiental	Impacto ambiental	Protección de fuentes de agua	20%	20%	5.0%	0	0	0	0	9	0.45		0
		Mejora disponibilidad de agua			5.0%	0	0	2	0.1	9	0.45		0
		Aumenta bosque / forestal			5.0%	1	0.05	10	0.5	10	0.5		0
		Mejora calidad de suelos			5.0%	8	0.4	8	0.4	9	0.45		0
			100%	100%	100%		4.925		6.895		7.485		0

Recapitulación

Con la realización de este ejercicio logramos **discutir e identificar el potencial** que tienen determinados **rubros** para obtener mayores beneficios en el territorio, es decir los rubros que podrían ser más ventajosos y explotados en el territorio.

La puntuación final de cada cadena debe ser comparada con los resultados de otros grupos. A LO INTERNO DE CADA GRUPO se puede discutir sobre el “rubro” ganador (el que al final obtiene el mayor puntaje) y después entre grupos se puede debatir los resultados de cada “rubro”, las puntuaciones alcanzadas, los rubros ganadores.

IV. Barreras de entrada a las cadenas de valor

Como ya hemos señalado, en el contexto actual se puede observar en los mercados internacionales y, en alguna medida en los nacionales, una **demanda creciente de productos** con *características especiales* y ello abre la **posibilidad de participar en mercados más exigentes y dinámicos** que ofrecen mejores precios. Los productos orgánicos, “especiales”, reciclados, amigables con el medio ambiente, entre otros, son algunos ejemplos.

No obstante, para participar en estos mercados se requieren **cambios radicales** en la manera de producir y en la coordinación entre actores a lo largo de la cadena. Muchos de estos cambios requieren, *nuevas prácticas productivas y mejor infraestructura* en todos los eslabones de la cadena y también requieren un cambio importante en la **capacidad de los actores** para *coordinarse y cooperar*.

Para alcanzar estos cambios los actores se **enfrentan** a una gran cantidad de **barreras**, muchas de ellas ligadas con el acceso y/o la disponibilidad que pueden tener las familias, las empresas o los grupos organizados de diferentes *tipos de capital* (físico, humano, financiero, natural y social), en cualquiera de los eslabones de la cadena. Por ejemplo, en el eslabón de la producción, algunas familias pueden carecer de capital financiero para establecer infraestructura que les permita mejorar la calidad de la leche, para invertir en galeras o en pichingas metálicas. Pero también, puede ser que a nivel de un determinado grupo de productores existan dificultades para coordinarse y cooperar entre ellos para

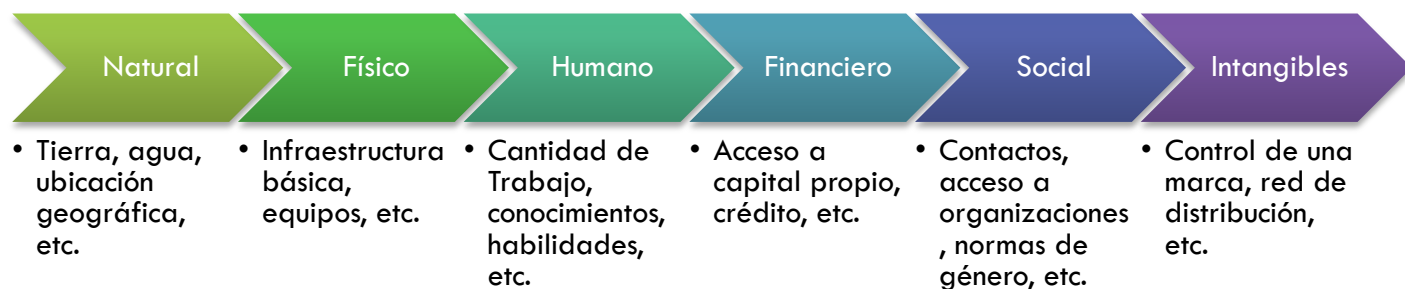
solucionar algunos obstáculos que les permita, por ejemplo, desarrollar esfuerzos para construir un camino.

Es decir, los obstáculos que se enfrentan a nivel de las cadenas **no solo tienen que ver con las limitaciones a nivel individual** de una familia o una pequeña empresa para acceder a capital financiero o físico o limitaciones para desarrollar sus habilidades y conocimientos.

Queremos hacer énfasis en las carencias que puede existir a **nivel colectivo**. Esta dimensión social que toma en cuenta más al colectivo y a la capacidad de emprender acciones más coordinadas es crucial para entender las barreras que se enfrentan grupos o colectivos para incursionar en una cadena de valor determinada.

Como hemos visto anteriormente, la capacidad para insertarse en cadenas de valor más dinámicas que ofrecen mejores precios depende en gran medida de la **capacidad de cooperar**, el **desarrollo de reglas** y normas que generen confianza y faciliten la cooperación e inclusión social.

Así entonces, el acceso a las cadenas y/o eslabones está condicionado por diferentes tipos de barreras relacionadas al acceso que tienen los/las actores/as a los diferentes tipos de capital que hemos visto en el I Módulo:



Los 3 ejercicios que se presentan a continuación pretende ser una guía que faciliten la **identificación de las barreras de acceso**/ exclusión a las cadenas existentes en el micro-territorio a los diferentes sectores o grupos sociales (identificados en cada micro territorio en el I Módulo). Se debe trabajar previamente el ejercicio 1 para ubicar quiénes participan en cada eslabón, cuáles son sus actividades y/o roles y cuáles son sus relaciones con los otros actores en la cadena.

EJERCICIO 3: Caracterizando la participación de los grupos sociales en las cadenas en el micro-territorio

Objetivos:

1. **Caracterizar** la participación de los diferentes segmentos o grupos sociales del micro-territorio en las diferentes cadenas y/o canales de comercialización.

Materiales Requeridos:

- Matriz
- Ejercicio de Rango de Bienestar

Orientaciones para el ejercicio:

A continuación se muestra el detalle para el llenado de la matriz 2, según cada celda; y después de ésta se encuentra un ejemplo concreto en el caso de la cadena del Frijol.

Grupo o Sector Social	<p>(Campo 1) En cada fila se escribirá el nombre de los grupos sociales identificados en el I módulo por micro-territorio. Por cada grupo se debe escribir entre paréntesis el # total de familias del grupo.</p>
Participan o no en la producción	<p>(Campo 2) Solamente escribirá <u>SÍ</u> o <u>NO</u>. Puede ser que no todas las familias del sector social participen, pero si al menos una del grupo participa se escribe <u>SÍ</u>.</p>
No. de familias que participan en la producción	<p>(Campo 3) Se escribe la cantidad de familias que participan de ese grupo social en la producción del rubro.</p>
¿Cómo participan? (como asalariados, como dueños de la actividad)	<p>(Campo 4) Descripción de la forma en que participan estas familias, tratando de plasmar si lo que ellos hacen es una <i>actividad propia</i> o si más bien son <i>asalariados</i> o <i>la trabajan a medias</i>.</p>

Recursos con los que participan (propios, alquilan, financiados, etc.)	(Campo 5) Se describirá si los recursos con los que trabaja en la actividad son propios, prestados o alquilados, etc. sea la tierra, los insumos, la infraestructura, los equipos, etc.
Participan o no en la comercialización	(Campo 6) Se escribirá si las familias que participan en la producción, también participan de la comercialización, respondiendo solo con SÍ o NO .
Número de familias que participan en la comercialización	(Campo 7) Se escribirá la cantidad de familias que participan en la comercialización del producto.

Además por sector social se tendrán que analizar las siguientes preguntas:

INTERROGANTES	<ul style="list-style-type: none"> * ¿En qué actividades de la producción participan las mujeres y qué hacen? * ¿En qué actividades de la producción participan los jóvenes y qué hacen? * ¿Qué rol juegan las mujeres en la toma de decisiones? * ¿Qué rol juegan los jóvenes en la toma de decisiones? * ¿Cómo se distribuyen las actividades? ¿Quién decide la asignación de tareas o actividades?
---------------	--

Ejemplo : Caracterización de los grupos sociales en las cadenas de Frijol en el Micro Territorio El Aparejo

<i>Campo 1</i>	<i>Campo 2</i>	<i>Campo 3</i>	<i>Campo 4</i>	<i>Campo 5</i>	<i>Campo 6</i>	<i>Campo 7</i>
Grupo o sector social*	Participan o no participan en la producción (Sí o No)	Número de familias que participan en la producción	Cómo participan (como asalariados, como dueños de la actividad)	Recursos con los que participan (propios, alquilan, financiados, etc.)	Participan o no participan en la comercialización (Sí o No)	Número de familias que participan en la comercialización
Los Palencones (7 Familias)	SI	7	Son dueños de la actividad	Gestionan préstamos en los diferentes Bancos que están en Rio Blanco EL FDL, PROCREDIT, HERCAN Y OTROS.	SI	7
Los Palones (11 Familias)	SI	11	Son dueños de la actividad	Hipotecan las escrituras de sus propiedades para conseguir prestamos EN EL FDL O EN LA COOPERATIVA HERCAN	SI	11
Los Palos (9 Familias)	SI	7	Consiguen tierras alquiladas para cosechar los granos básicos, algunos participan como asalariados.	Consiguen prestamos, algún amigo le apoya como fiador para que el banco le de préstamo pequeño y que consideren que puede pagar con la cosecha.	SI	7
Los Palitos (7 familias)	SI	4	Como asalariados, no tienen tierras, son colonos.	Sus patrones les prestan tierras para las actividades agrícolas y venta de algo de la producción para suplir otras necesidades	NO	0

Matriz 2: Caracterización de los grupos sociales en las cadenas en el Micro Territorio

<u>Campo 1</u>	<u>Campo 2</u>	<u>Campo 3</u>	<u>Campo 4</u>	<u>Campo 5</u>	<u>Campo 6</u>	<u>Campo 7</u>
Grupo o sector social*	Participan o no participan en la producción (Sí o No)	No. de familias que participan en la producción	¿Cómo participan? (como asalariados, como dueños de la actividad)	Recursos con los que participan (propios, alquilan, financiados, etc.)	Participan o no en la comercialización (Sí o No)	Número de familias que participan en la comercialización

* Entre paréntesis escribir el número de familias que componen el grupo.

EJERCICIO 4: Razonando los bloqueos para participar en las cadenas en el micro-territorio- Analizando el eslabón de producción

Objetivos:

1. **Analizar** los bloqueos que tienen las familias en el micro-territorio para acceder a la producción y/o comercialización del rubro.

Materiales Requeridos:

- Matriz: Caracterización de los grupos sociales en las cadenas en el Micro Territorio
- Matriz: Razonando Bloqueos para participar en las cadenas en el Micro territorio – Eslabón Producción

Orientaciones para la realización del ejercicio:

Grupo o Sector Social

(Campo 1) Al igual que en el ejercicio 1, se **escribirá el nombre de cada uno de los grupos sociales** que según el ejercicio anterior participan en la producción, es decir se indicarán únicamente los sectores sociales en los que el campo 3 del ejercicio refleje que hay familias que participan en la cadena.

Cuánto producen
(área-volumen,
períodos)

(Campo 2) Se escribirá el área de producción y los volúmenes producidos por el grupo. La información contenida variará en dependencia del rubro analizado, como muestran los ejemplos siguientes:

Frijol

- Si son 2 familias del grupo los que producen frijol y entre los dos tienen un área de: 20 mz de frijol en primera con un rendimiento de 12 qq x mz y 15 mz en postrera con rendimiento de 12 qq x mz.

Leche

- En este caso, se escribirá la cantidad de vacas que ordeñan en promedio todos los del grupo y los litros obtenidos (indicando el período que se ordeña y la cantidad de leche obtenida en ese período: Ej: 10 pichingas semanal o 40 pichingas al mes, etc.) al año.

Queso

- se escribirá la cantidad de libras producidas indicando el período de producción (por ejemplo, 100 libras semanales durante 6 meses de invierno y 50 libras semanales durante los 6 meses de verano).

Objetivo con el que producen (para consumo, comercialización, para ambos. etc.)

(**Campo 3**) Se pretende reflejar el **por qué** las familias **participan en la producción del rubro**, si es solo para garantizar el *auto-consumo* o solo es para *comercializarlo* y *generar ingresos* para la compra de otros productos o si una parte es para auto-consumo y otra para comercializarla, etc.

Dificultades para producir (tierra, financiamiento, asistencia técnica, etc.)

(**Campo 4**) Debe **plasmear los principales bloqueos** o limitantes que tienen las familias para participar de la producción del rubro; estas limitantes pueden ser para mantenerse en lo que ya producen (áreas o volúmenes) o bien para incrementar dicha producción. Por ejemplo, si la tierra es un bloqueo, debe explicarse si es porque cada vez hay menos posibilidad de alquilar, o porque el alquiler es más caro o porque gente de fuera está alquilando, etc. También si hay problemas para acceder a insumos se debe explicar en qué consisten; y así seguidamente.

Identifique a quién le vende y cantidades que le vende

(**Campo 5**) Se **debe identificar los diferentes actores** que participan en el eslabón de comercialización con el objetivo de tener un **panorama** de las diferentes alternativas de comercialización en las cuales pueden participar las diferentes familias del grupo y tener una idea de cuál es el comprador que tiene más relaciones con las familias y los volúmenes del producto que acopia, para luego saber el por qué se da esta situación. En el caso de que las familias no siempre le vendan a la misma persona, se puede escribir en la casilla la explicación de ello (por ej. 10 meses del año le vende a Domingo 40 qq mensuales, pero 2 meses le vende a segundo porque le da mejor precio; o bien, semanalmente vende 300 litros de leche a NICACENTRO y 400 litros a la quesera artesanal (indicando el nombre de la quesera).

Qué cosas pide el comprador (requisitos de calidad, volúmenes, etc.)

(**Campo 6**) Trata de plasmar las características o **atributos que pide el/la comerciante** al momento de comprar el producto: Calidad (grano entero, uniformidad en el color, grado de humedad; leche filtrada, cero acidez, etc.), volúmenes, etc. esto con el fin de identificar los criterios con los que compran los diferentes compradores entre sí, para ver la diferenciación del producto.

Qué ofrece el comprador (qué precio les da, acuerdos, sistema de pago, trabaja otros rubros, etc.)

(**Campo 7**) aquí se trata de analizar los beneficios o **ventajas que ofrece el comprador** a los productores/as; conocer los tipos de acuerdo, para determinar en qué criterios se basa la relación (p. ej. Si es solo el precio o si les ofrecen adelanto de dinero, u otro servicio como provisión de insumos, asistencia técnica, etc.).

Qué limitantes/ tienen para participar con este actor los que no están participando

(**Campo 8**) se trata de identificar el **por qué no hay más personas trabajando con este actor**, cuáles son las limitantes; sobre todo si este ofrece ciertas ventajas a los/as productores/as. Por ejemplo, en cacao en el micro-territorio de Bilampí ¿Por qué los actores que le entregan a Domingo no le entregan a Segundo o viceversa? O ¿Por qué los que venden a Segundo localmente no venden en Río Blanco?

A su juicio qué actor ofrece más ventajas para el desarrollo del rubro y de la localidad

(**Campo 9**) aquí los equipos harán una **evaluación**, teniendo en cuenta los campos anteriores en el cual indicarán qué canal de comercialización o cadena conviene más, no solo a los productores, sino al desarrollo del mismo micro-territorio.

Ejemplo: Razonando Bloqueos para participar en la cadena de Cacao en el Micro territorio Bilampí— Eslabón Producción

Campo 1	Campo 2	Campo 3	Campo 4	Campo 5	Campo 6	Campo 7	Campo 8	Campo 9
Grupo o sector social	Cuánto producen (área-volumen, períodos)	Objetivo con el que producen (producen para consumo, para comercialización, para consumo y comercialización, etc.)	Dificultades para producir (tierra, financiamiento, asistencia técnica, etc.)	Identifique a quién le vende y cantidades que le vende	Qué cosas pide el comprador (requisitos de calidad, volúmenes, etc.)	Qué cosas ofrece el comprador (qué precio les da, acuerdos, sistema de pago, trabaja otros rubros, etc.)	Qué limitantes/ barreras tienen para participar con este actor los que no están participando	A su juicio qué actor ofrece más ventajas para el desarrollo del rubro y de la localidad
Medianos Productores	12 Mz (entre 1 – 4 mz por familia) Rendimiento 8 qq/Mz	Comercialización	Asistencia Técnica	Comerciante local (Domingo) 30 qq	Cacao seco, que no esté húmedo ni con enfermedades	Pago en efectivo Baja exigencia en la calidad	Precio Bajo, Inseguridad de compra (No siempre puede acopiar)	La Campesina
			Financiamiento Disponibilidad de tierra	Acopio La Campesina en La Isla 60 qq	Cacao en baba de calidad, sin Moho, monilia etc.	Buen precio, Asistencia técnica	Alta exigencia en la calidad	

Nombre de cada uno de los grupos sociales que según el ejercicio anterior **participan** en la actividad.

Identificar situación actual y el **POR QUÉ**

En caso que sea con doble propósito (consumo y comercialización) reflejar que cantidad destinan para cada uno.

3

La idea es detallar cada una de las limitaciones a las que se enfrentan y explicar el por qué es una limitación.

4

En este campo cada fila se puede dividir en varias para escribir el nombre de los/as comercializadores/as, sean estos/as individuales o colectivos.

5

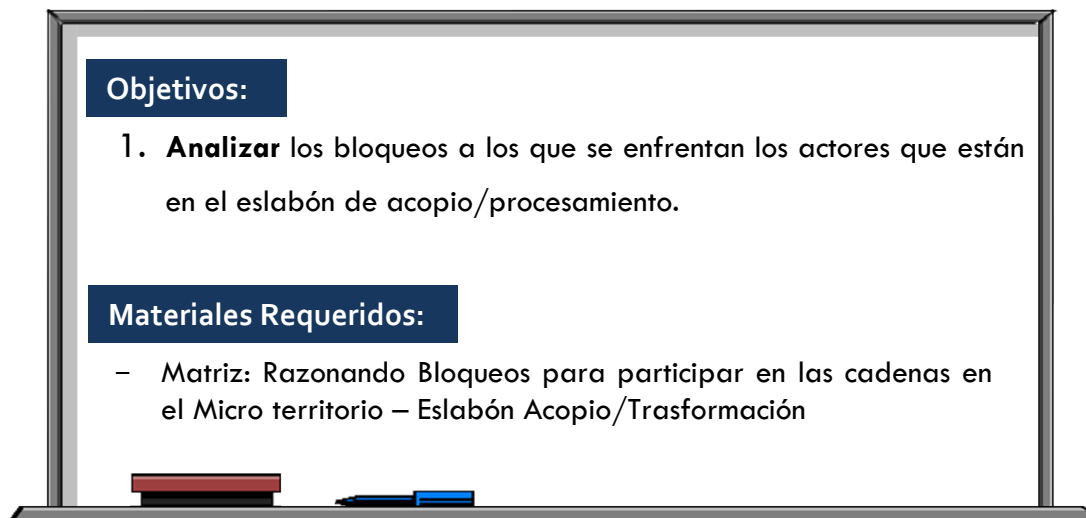
Aquí se debe escribir el precio que paga cada comercializador/a por el producto.

7

Matriz 3: Razonando Bloqueos para participar en las cadenas en el Micro territorio – Eslabón Producción

Campo 1	Campo 2	Campo 3	Campo 4	Campo 5	Campo 6	Campo 7	Campo 8	Campo 9
Grupo o sector social	Cuánto producen (área-volumen, períodos)	Objetivo con el que producen (producen para consumo, para comercialización, para consumo y comercialización, etc.)	Dificultades para producir (tierra, financiamiento, asistencia técnica, etc.)	Identifique a quién le vende y cantidades que le vende	Qué cosas pide el comprador (requisitos de calidad, volúmenes, etc.)	Qué ofrece el comprador (qué precio les da, acuerdos, sistema de pago, trabaja otros rubros, etc.)	Qué limitantes/ tienen para participar con este actor los que no están participando	A su juicio qué actor ofrece más ventajas para el desarrollo del rubro y de la localidad

EJERCICIO 5: Razonando los bloqueos para participar en las cadenas en el micro-territorio: Analizando el eslabón de acopio/transformación



Orientaciones para el ejercicio:

Después de abordar el eslabón de producción pasamos al eslabón de acopio/procesamiento.

Actores/ compradores (Escribir nombres)

(**Campo 1**) se escribirá el nombre de cada uno de **los actores que están involucrados en el eslabón** de acopio y/o procesamiento (y que fueron indicados previamente en el mapa de la cadena). En este campo se debe reflejar de manera específica los nombres concretos, es decir si es Domingo, Segundo, NICACENTRO, La Campesina o algún otro comprador individual y/o cooperativa; escribiendo entre paréntesis de dónde es este comerciante (si es un comerciante en Wanawás, Río Blanco o Matagalpa).

Se debe escribir el nombre de todos los actores que participan en este eslabón de la cadena, aunque su participación sea temporal, sea que lleguen a comprar al micro-territorio o que los/las productores los busquen (en Río Blanco o en otro lugar).

Es comprador permanente o temporal	(Campo 2) Aquí se debe indicar si es comprador permanente (compra regularmente la mayor parte del año) o temporal .
Cada cuánto acopia/compra (Diario, semanal, quincenal, etc.)	(Campo 3) se indica la regularidad con que este actor acopia/compra y en qué días de la semana, en el caso del cacao por ejemplo si es una vez a la semana (Ej.: los días miércoles), o el caso de los cerdos una o dos veces a la semana (Ej.: miércoles y viernes). En caso que sea temporal indicar la frecuencia y cuándo es que este actor llega al territorio, es decir si llega una vez por temporada en diciembre, mayo; o solo en ciertas ocasiones cuando hay buenas cosechas etc.
Dónde compra (en la comunidad, en Río Blanco, etc.)	(Campo 4) se escribirá el lugar donde compran los comerciantes, esto con la finalidad de saber quién asume los costos de transporte .
Financiamiento	(Campo 5) se reflejan los bloqueos en cuanto a financiamiento que tiene cada actor, dificultades para acceder a este y el porqué de estas dificultades, de quién recibe o ha recibido, bajo que términos (intereses, plazos para obtenerlos y/o pagarlo, etc.), para qué actividad específica (p. ej. Compra de equipos, establecimiento o mejora de infraestructura, pago de mano de obra, para comprar más volumen, etc.) o en qué momento es que necesita más de financiamiento, etc.
Equipo/ Infraestructura	(Campo 6) se indican los bloqueos o limitaciones que tienen los acopiadores en términos de infraestructura y/o equipos, por ejemplo cuánta o qué tipo de infraestructura necesita, si no tienen suficiente capacidad de almacenamiento, si no cuenta con los equipos necesarios para secar adecuadamente el cacao por ejemplo, qué dificultades tiene para adquirir esta infraestructura, etc.

Relación con los Productores

(**Campo 7**) se indica que **tipo de relación tiene con los productores** y que problemas tiene en la relación con éstos para acopiar más volumen, si es una cuestión de precios o de relación de confianza; por ello es necesario saber de qué manera se negocia precios y formas de pago, indicar el precio que pagan a productores y de qué depende la variación del mismo; hay épocas en que es mejor o no y de qué depende ello; tiene arreglos con los productores a través de los cuáles les da adelanto, de qué depende que de adelanto (cuántos son los montos, los requisitos para darlo) o porque no da. Hay que describir si brinda algún insumo o servicio (asistencia técnica, transporte, etc.). Aquí se trata conocer el por qué a veces los acopiadores no acceden a mercados que pagan mejor o reciben más producto.

Requerimientos de Calidad

(**Campo 8**) se indican los **requerimientos de calidad** que pide cada uno de los actores; para analizar quienes son más exigentes, que dificultades tienen para poder alcanzar estos niveles de calidad, cómo influye en el precio y en los niveles de acopio. Si manejan sistemas de castigos cuando el productor no cumple con los requisitos o si tiene sistemas de premios (por ej. paga mejor precio), etc.

Nivel de Acopio

(**Campo 9**) se reflejarán los bloqueos/**dificultades en los niveles de acopio**, si tiene que cumplir con cierto nivel de acopio para poder acceder a ciertos mercados, que le impide alcanzarlos, si es por el nivel de producción en la zona, liquidez o dinero en efectivo para poder comprar la producción, si es una cuestión climática, etc.

Relación con Compradores

(**Campo 10**) se analiza la **relación que tiene cada actor con los compradores**, bajo que términos les vende, si vende siempre a los mismos compradores o varían, que condiciones ponen, que precio le ofrecen, que bloqueos o barreras se le presentan al momento de vender; qué requisitos le demandan del producto; cómo acuerdan precios, volúmenes a entregar (acuerdos previos o negociaciones al momento de la compra-venta, etc.).

Además en este eslabón se tendrán que analizar las siguientes preguntas relacionadas con el rol de las mujeres y de los jóvenes en la actividad de acopio y/o transformación:

INTERROGANTES

- * ¿En qué actividad del acopio/ procesamiento participan las mujeres y qué hacen?
- * ¿Qué rol juegan las mujeres en la toma de decisiones?
- * ¿Qué bloqueos/ dificultades tienen las mujeres para participar en este eslabón?
- * ¿En qué actividades del acopio/procesamiento participan los jóvenes y qué hacen?
- * ¿Qué rol juegan los jóvenes en la toma de decisiones?
- * ¿Qué bloqueos/ dificultades tienen los jóvenes para participar en este eslabón?

Matriz 4: Razonando Bloqueos para participar en las cadenas en el Micro territorio – Eslabón Acopio/Trasformación

Campo 1	Campo 2	Campo 3	Campo 4	Bloqueos o limitantes para:					
Actores/ compradores (Escribir nombres)	Es comprador permanente o temporal	Cada cuánto acopia/compra (Diario, semanal, quincenal, etc.)	Dónde compra (en la comunidad, en Río Blanco, etc.)	Campo 5	Campo 6	Campo 7	Campo 8	Campo 9	Campo 10
				Financiamiento	Equipos/ Infraestructura	Relación con productores	Requerimientos de Calidad	Nivel de Acopio	Relación con compradores
Cooperativa	Permanente	Diario por la mañana	En la comunidad	La Cooperativa no cuenta con financiamiento de ninguna institución	La infraestructura está en buenas condiciones y da abasto para el nivel de acopio.	Existen acuerdos formales que permiten una relación de Confianza y compromiso	Altos requerimientos de calidad que con las capacitaciones se han logrado mejorar.	Hay capacidad en el suministro de materia prima a dos empresas, por cuestiones de volumen de producción no se amplía.	Existe una buena relación con los compradores, existen acuerdos de volúmenes y precios
Pedro Castro	Permanente	Diario	En la comunidad	No cuenta con financiamiento y tiene dificultades para acceder a este.	No cuenta con la infraestructura necesaria	Hay Menos confianza, dada la inestabilidad en el precio, la relación es informal.	No muchas exigencias de calidad y por ende el precio es menor	El nivel de acopio es bajo dado los beneficios que ofrece La competencia y la poca infraestructura con la que cuenta	La relación con los compradores es Regular, no tiene acuerdos en términos de precio y volumen.

Recapitulación

Con la realización de estos tres ejercicios identificamos las **barreras** que enfrentan los actores que participan en la producción, acopio/procesamiento y comercialización, lo cual nos ayuda a **comprender mejor el funcionamiento de estas cadenas**. Así entonces a raíz de esta información se han proponent acciones para ir superando las limitaciones prioritarias para poder tener un mejor producto y acceder a mejores mercados que beneficien a todos los actores involucrados.

Matriz 4: Razonando Bloqueos para participar en las cadenas en el Micro territorio – Eslabón Acopio/Trasformación

<i>Campo 1</i>	<i>Campo 2</i>	<i>Campo 3</i>	<i>Campo 4</i>	Bloqueos o limitantes para:					
Actores/ compradores (Escribir nombres)	Es comprador permanente o temporal	Cada cuánto acopia/compra (Diario, semanal, quincenal, etc.)	Dónde compra (en la comunidad, en Río Blanco, etc.)	<i>Campo 5</i>	<i>Campo 6</i>	<i>Campo 7</i>	<i>Campo 8</i>	<i>Campo 9</i>	<i>Campo 10</i>
				Financiamiento	Equipos/ Infraestructura	Relación con productores	Requerimientos de Calidad	Nivel de Acopio	Relación con compradores

ISBN 978-99964-0-165-7



Cuaderno elaborado en el marco del proyecto “Generación de conocimientos y fomento de sinergias para el desarrollo rural”. Proyecto Piloto para un enfoque innovador de aprendizaje social en Muy Muy y Matiguás. Ejecutado por NITLAPÁN-UCA e IOB-UA con financiamiento del Consejo de Universidades Flamenecas (VLIR) de Bélgica.